

PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHAWAN TERHADAP TINGKAT KEBERHASILAN USAHA

Studi Pada Sentra Usaha Kecil Pengasapan Ikan Di Krobokan Semarang

Andi Wijayanto

Abstract: *This research has been done at fish processing small industry in Krobokan Semarang. It aims to: (a) identify industrial profile; (b) identify entrepreneur characteristics; (c) measure the level of business success; (d) test and analyze entrepreneur's characteristic influence (Personal Ability and Social Ability) to the level of business success; and (e) find variable which has dominant effect on business success. Research was done by using survey design. Primary data are obtained through questionnaires methods, observation and interview. Secondary data are obtained by using documentation method. Census method is used as sampling method with consideration of population amount is small. This research conclude that: (a) Level of business success is considerably good as shown on stable sale trend and improvement; (b) Independent variables which consist of Personal ability and Social Ability simultaneously have significant effect on business success; (c) Social ability variable have significant effect on level of business success. While Personal Ability variable doesn't has significant effect on level of business success. Social ability has dominant influence to level of business success.*

Keywords: *Entrepreneur Characteristics, Personal and Social Ability, Business Success,*

PENDAHULUAN

Usaha mikro dan usaha kecil di Indonesia merupakan salah satu sector yang telah memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional khususnya dalam penyerapan tenaga kerja, pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, nilai ekspor nasional, dan investasi nasional.

Industri mikro dan kecil telah membuktikan bahwa mereka merupakan industri yang tangguh dan mampu bertahan melewati kondisi-kondisi sulit, yaitu krisis ekonomi. Hitt, Ireland dan Hoskisson (2001) menyebutkan bahwa keunggulan usaha kecil dibanding usaha besar adalah fleksibilitas, kecerdikan dan ketangkasan yang dimiliki oleh usaha kecil.

Namun demikian, usaha-usaha kecil di Indonesia masih banyak mengalami kesulitan untuk dapat berkembang sehingga daya saingnya rendah. Riset terhadap usaha kecil dan mikro di Indonesia yang dilakukan oleh Smeru menunjukkan bahwa permasalahan utama yang banyak dihadapi pengusaha kecil dan mikro untuk dapat berkembang adalah kurangnya modal untuk mengembangkan usaha, hasil usaha mikro biasanya digunakan untuk menutup kebutuhan sehari-hari sehingga tujuan menambah modal sulit terpenuhi, pengusaha kecil dan mikro umumnya tidak memisahkan pembukuan usaha dengan pengeluaran keluarga sehingga modal usaha

sering terpakai untuk keperluan sehari-hari, ketergantungan usaha kecil dan mikro yang cukup tinggi terhadap musim dan permintaan pasar menyebabkan usaha ini menjadi fluktuatif dan sulit berkembang, masalah yang berkaitan dengan legal formal usaha, dan kurangnya pengetahuan dan kemampuan manajerial (Smeru, 2003). Bahkan Hylan et. al (2000) mengemukakan bahwa usaha kecil kebanyakan tidak memiliki strategi atau kekurangan ahli strategi.

Sementara itu, Narver and Slater (1990), Jaworski dan Kohli (1993), dan Deshpande et.al (1993) dalam Blankson dan Stokes (2002) menyebutkan bahwa usaha-usaha kecil menghadapi kendala dalam hal orientasi pasar untuk mendukung keberhasilan usaha mereka. Kelemahan usaha kecil antara lain adalah kurangnya riset, aktivitas usaha yang tidak terencana dengan baik, lebih menggantungkan pada intuisi dan energi dari pemilik usaha, menempatkan pemasaran pada prioritas yang rendah dibanding aspek usaha lainnya.

Kelemahan-kelemahan yang dihadapi usaha kecil tersebut di atas akan menghambat peningkatan daya saing Indonesia dalam menghadapi globalisasi. Oleh karena itu, maka perlu dilakukan studi untuk mengetahui bagaimana perkembangan usaha pada sentra usaha kecil Pengasapan Ikan di Krobokan Semarang, faktor pendukung dan kendala-kendala pengembangan usaha yang saat ini dihadapi, dan tingkat keberhasilan usaha.

Penelitian dilakukan untuk menjawab beberapa permasalahan mengenai: (a) profil industri kecil pada Sentra Usaha Kecil Pengasapan Ikan di Krobokan Semarang; (b) karakteristik wirausahawan pada Sentra Usaha Kecil Pengasapan Ikan di Krobokan Semarang; (c) tingkat keberhasilan usaha pada industri pada Sentra Usaha Kecil Pengasapan Ikan di Krobokan Semarang; (d) pengaruh karakteristik wirausahawan terhadap tingkat keberhasilan usaha pada Sentra Usaha Kecil Pengasapan Ikan di Krobokan Semarang; dan (e) variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap keberhasilan usaha.

Karakteristik Usaha Kecil

Berbagai batasan tentang usaha kecil telah disusun oleh banyak pihak, namun belum ada batasan dan kriteria yang baku mengenai usaha kecil dan menengah. Hunger dan Wheelen (2003) berpendapat bahwa usaha kecil dioperasikan dan dimiliki secara independen, tidak dominan dalam daerahnya dan tidak menggunakan praktek-praktek inovatif. Tapi usaha yang bersifat kewirusahaan adalah usaha yang pada awalnya bertujuan untuk tumbuh dan menguntungkan serta dapat dikarakteristikan dengan praktek-praktek inovasi strategis.

Kriteria suatu usaha diklasifikasikan sebagai usaha kecil di Indonesia cukup beragam. Sebelum dikeluarkannya UU No. 9 tahun 1995, setidaknya terdapat beberapa instansi pemerintah yang merumuskan usaha kecil dengan cara yang berbeda. Instansi tersebut antara lain adalah Biro Pusat Statistik (BPS), Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Bank Indonesia, serta Kamar Dagang dan Industri (Kadin). Pada instansi-instansi tersebut, kecuali BPS, usaha kecil pada umumnya dirumuskan dengan menggunakan pendekatan finansial. Sedangkan BPS menggunakan indikator jumlah tenaga kerja sebagai ukuran.

Pengertian usaha kecil sebagaimana dirumuskan oleh Undang-Undang No. 9 tahun 1995 pasal 1 (1), yaitu Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini. Dalam pasal 5 (1) disebutkan kriteria usaha kecil sebagai berikut: (a) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan

tempat usaha; atau (b) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah); (c) milik Warga Negara Indonesia; (d) berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar; dan (e) berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Ukuran-ukuran selalu mengalami perubahan dari waktu-waktu disebabkan oleh banyak faktor yang menyebabkan ukuran saat ini telah dianggap tidak relevan lagi, misalnya berubahnya nilai waktu uang.

Kriteria umum UKM antara lain adalah investasi modal yang relatif kecil, dengan keterampilan yang dimiliki bersifat turun temurun serta dengan penggunaan teknologi yang masih sederhana, struktur organisasinya sederhana, tanpa staf yang berlebihan, pembagian kerja yang “kendor”, memiliki hirarki manajerial yang pendek, aktivitas sedikit yang formal dan proses perencanaan yang relatif sedikit, kurang membedakan asset pribadi dan asset perusahaan.

Menurut Sule dan Mulyana (2006) ciri-ciri usaha kecil adalah manajemen berdiri sendiri, modal disediakan oleh seorang pemilik atau sekelompok kecil, daerah operasinya local, ukuran dalam keseluruhan relatif kecil.

Perbedaan usaha kecil dengan perusahaan besar ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1 Perbedaan Usaha Kecil Dengan Perusahaan Besar

Usaha Kecil	Perusahaan Besar
- Umumnya dikelola pemilik	- Dikelola bukan oleh pemilik
- Struktur organisasi sederhana	- Struktur organisasi kompleks
- Pemilik mengenal karyawan	- Pemilik mengenal sedikit karyawan
- Prosentase kegagalan perusahaan tinggi	- Prosentasi kegagalan rendah
- Kekurangan manajer yang ahli	- Banyak ahli manajemen
- Modal jangka panjang sulit diperoleh	- Modal jangka panjang relatif mudah diperoleh

Sumber: Sule dan Mulyana (2006)

Sule dan Mulyana (2006) juga menyebutkan bahwa kekurangan perusahaan kecil antara lain adalah relatif lemah dalam spesialisasi, modal dalam pengembangan terbatas, dan karyawan relatif sulit untuk mendapat yang cakap. Sedangkan kelebihanannya adalah kebebasan untuk bertindak, menyesuaikan kepada kebutuhan setempat, dan peran serta dalam melakukan usaha/tindakan.

Karakteristik Wirausahawan

Terdapat 6 karakteristik pokok dari wirausahawan (Swa, 16 Januari 2007), yaitu: (a) kreatif dan inovatif; (b) mampu mengaplikasikan kreativitasnya; (c) memiliki semangat berkarya; (d) fokus untuk menghasilkan nilai; (e) bersedia mengambil risiko; dan (f) berbeda dari persepsi atau stereotip wirausaha sebagai figur pemberani dan hanya bekerja sendiri, mereka sangat kolaboratif.

Seorang wirausahawan dicirikan dengan karakteristik mempunyai hasrat untuk selalu bertanggung jawab bisnis dan sosial, komitmen terhadap tugas, memilih resiko yang moderat, merahasiakan kemampuan untuk sukses, cepat melihat peluang, orientasi ke masa depan, selalu melihat kembali prestasi masa lalu, sikap haus

terhadap “*money*”, skill dalam organisasi, toleransi terhadap ambisi, fleksibilitas tinggi.

Steinhoff dan Burgess (1993) menyebutkan bahwa seorang wirausahawan harus memiliki beberapa karakteristik berikut ini agar berhasil, yaitu: (a) memiliki rasa percaya diri untuk bekerja secara independent, kerja keras, dan memahami risiko sebagai bagian dari upaya meraih sukses; (b) memiliki kemampuan organisasi, dapat menentukan tujuan, berorientasi hasil, dan memiliki tanggung jawab terhadap hasilnya, baik maupun buruk; (c) kreatif dan selalu mencari celah-celah untuk kreatifitasnya; (d) menyukai tantangan dan mendapatkan kepuasan pribadi ketika berhasil mencapai ide-idenya.

Keberhasilan Usaha Kecil

Usaha kecil diwarnai oleh karakteristik lemahnya kemampuan para pelaku usaha kecil dalam melakukan *scanning* atas lingkungan internal dan eksternal, kelemahan dalam perumusan strategi dan seringkali keputusan yang diambil berdasarkan intuisi dari pemilik usaha.

Tambunan (dalam Sugidarma, 2004) mengungkapkan bahwa keberhasilan usaha kecil dapat diukur oleh dengan indikator ketahanan usaha, pertumbuhan tenaga kerja, dan pertumbuhan penjualan. Ketahanan usaha menunjukkan berapa lama suatu usaha bisa bertahan (*survival*) sebagai salah satu faktor ukuran kesuksesan usaha kecil. Ketahanan usaha diukur dengan indikator usia usaha sejak tahun berdiri hingga tahun saat ini.

Kegagalan dan kesuksesan usaha kecil telah menarik beberapa peneliti untuk melakukan riset dengan mengaitkan kesuksesan usaha kecil dengan tipe strategi yang diterapkan. Penelitian Sugidarma (2004) membuktikan perbedaan kesuksesan pada usaha-usaha kecil yang dikelompokkan berdasarkan tipologi strategi Miles dan Snow yang diterapkan oleh usaha kecil tersebut. Kesuksesan usaha kecil diukur dengan indikator ketahanan usaha, pertumbuhan tenaga kerja, dan pertumbuhan penjualan.

Delery dan Doty (dalam Priyono, 2003) menggunakan metode *perceptual* untuk mengukur kinerja usaha dengan indikator tingkat rata-rata *profit margin*, tingkat rata-rata pertumbuhan penjualan, *market share* perusahaan, dan tingkat rata-rata *ROA (Return On Asset)*.

Hubungan antara Karakteristik Wirausahawan dengan Keberhasilan Usaha

Hofer dan Sandberg (dalam Hunger & Wheelen, 2003) mengemukakan bahwa terdapat tiga faktor yang berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil terutama untuk usaha baru. Sesuai dengan tingkat pengaruhnya, faktor-faktor tersebut adalah struktur industri, strategi bisnis, dan karakteristik wirausaha.

Terdapat empat faktor karakteristik wirausaha yang berpengaruh terhadap kesuksesan usaha, yaitu: (a) mampu mengidentifikasi *kesempatan bisnis potensial*; (b) memiliki *sense of urgency* yang membuat mereka berorientasi pada tindakan; (c) mempunyai *pengetahuan terinci atas faktor-faktor kunci* yang diperlukan untuk sukses dalam industri dan stamina fisik yang diperlukan untuk pekerjaannya; dan (d) mampu *mencari bantuan dari pihak luar*.

Steinhoff & Burgess (1993) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain adalah memiliki visi dan tujuan bisnis, berani mengambil risiko dan uang, mampu menyusun perencanaan usaha, mengorganisir sumber daya, dan implementasinya, sanggup bekerja keras, mampu membangun hubungan dengan pelanggan, tenaga kerja, pemasok, dan sebagainya, dan memiliki tanggung jawab terhadap keberhasilan maupun kegagalan.

Sedangkan menurut Harefa (2007) keberhasilan usaha dipengaruhi oleh karakteristik wirausahawan yaitu kecakapan pribadi dan kecakapan sosial. Kecakapan pribadi menyangkut soal bagaimana wirausahawan mengelola diri sendiri. Tiga unsur yang terpenting untuk menilai kecakapan pribadi seorang wirausahawan, yaitu: kesadaran diri, pengaturan diri, dan motivasi. Kecakapan sosial menyangkut soal bagaimana wirausahawan menangani suatu hubungan. Dua unsur kecakapan sosial seseorang adalah empati dan keterampilan sosial.

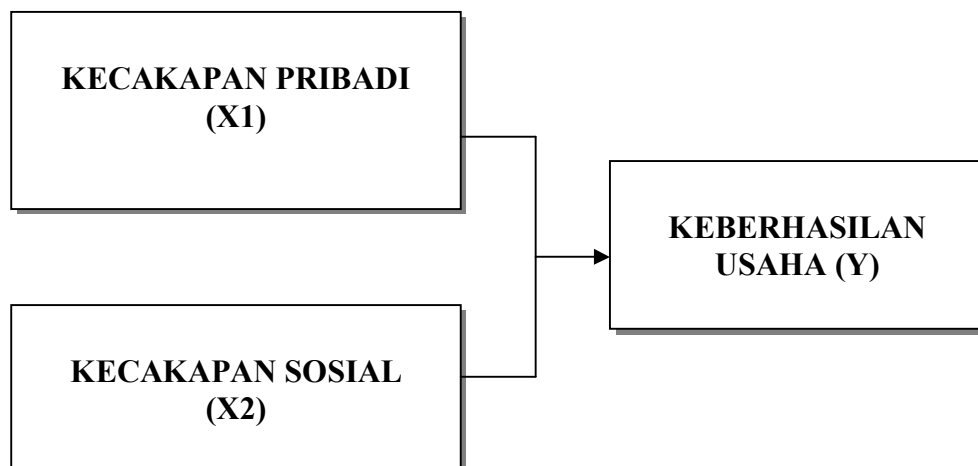
Dengan kata lain keberhasilan menjadi wirausaha itu berkaitan erat dengan kecerdasan dan kecakapan emosi seseorang. Untuk menjadi wirausaha sukses diperlukan kecerdasan intrapersonal (kecakapan pribadi) dan kecerdasan interpersonal (kecakapan sosial).

Hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H_1 : *Karakteristik Wirausahawan (Kecakapan Pribadi dan Kecakapan Sosial) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat Keberhasilan Usaha.*

H_2 : *Variabel Kecakapan Sosial berpengaruh dominan terhadap Keberhasilan Usaha.*

Model hipotesis hubungan antar variabel penelitian ditunjukkan dalam gambar 1 sebagai berikut:

Gambar 1 Model Hipótesis**METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan dengan menggunakan desain survei. Data-data primer diperoleh melalui metode kuesioner, wawancara dan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan menggunakan metode dokumentasi. Populasi terdiri dari 29 wirausahawan pada sentra usaha kecil Pengasapan Ikan di Krobokan Semarang dan diambil dengan metode sensus.

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis statistik deskriptif dan inferensial. Analisis Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian. Sedangkan analisis inferensial menggunakan *Multiple linear regression* untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL PENELITIAN**Profil Sentra Industri Pengasapan Ikan**

Saat ini terdapat 29 unit usaha pengolahan ikan yang tergabung dalam kelompok pengolahan ikan “KUB LUMINTU”. Jumlah ini sedikit menurun dibanding data tahun 2007 berjumlah 31 unit usaha. Penyebabnya adalah adanya anggota yang telah meninggal dunia dan tidak ada lagi yang meneruskan usahanya.

Lokasi usaha pengasapan ikan di Krobokan terpusat di daerah Dworowati dengan 20 kelompok usaha atau sebesar 69% dari total responden. Jenis-jenis usahanya antara lain pengasapan ikan, banding presto, abon ikan, dan Ikan Asin.

Usia usaha pengasapan ikan yang ada di Semarang Barat telah muncul sejak tahun 1971. Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, sejak tahun 2003 hingga 2008 telah bertambah 5 usaha baru. Secara keseluruhan, rata-rata usia usaha adalah 16,59 tahun.

Mereka kebanyakan memulai usaha dengan modal awal sebesar Rp. 500.000,- dengan rentang nilai modal awal usaha antara Rp. 20.000,- hingga Rp. 900.000,-. Rata-rata besarnya modal awal usaha adalah Rp. 328.461,53. Modal usaha saat ini berkisar antara Rp. 500.000,- hingga Rp. 100.000.000,- dengan rata-rata Rp. 8.446.551,72. Tingkat pertumbuhan modalnya mencapai 2.471,55% atau hampir 25 kali lipat dari rata-rata modal awal usaha.

Sumber permodalan usaha diperoleh dari beberapa sumber antara lain adalah dari modal sendiri (50%) dan modal asing/pinjaman (44,4%), dan 5,6% lainnya memperoleh hutang usaha dari supplier bahan baku. Rata-rata modal pinjaman adalah sebesar Rp5.733.333,33. Sumber modal pinjaman antara lain dari BKM dan

pemasok (31%), koperasi (10,3%), bank (10,3%) dan BPR (10,3%). Sedangkan sebanyak 37,9% menyatakan tidak pernah memperoleh modal dari pihak eksternal.

Asset usaha (tidak termasuk tanah, bangunan dan kendaraan) rata-rata adalah Rp2.542.592,59. Rentang besarnya asset usaha menunjukkan jarak yang cukup lebar, yaitu antara Rp. 400.000,-, hingga Rp. 10.000.000,-. Pertumbuhan rata-rata asset usaha mencapai 957,05% atau hampir 10 kali lipat.

Daerah pemasaran masih mencakup wilayah lokal Kota Semarang, yaitu Pasar Karangayu (52,6%), jasa catering (15,8%), Pasar Bulu (7,9%) Pasar Peterongan (5,3%), Pasar Krempyeng (5,3%) dan beberapa wilayah pemasaran lainnya.

Omzet penjualan usaha berkisar antara Rp. 40.000,- hingga Rp. 2.000.000,- per hari. Rata-rata omzet penjualan mencapai Rp762.857,14 per hari. Volume penjualan usaha berkisar antara 5 hingga 75 kg per hari.

Pendapatan usaha berkisar antara Rp. 300.000,- hingga Rp. 15.000.000,- per bulan. Sedangkan para pekerja memperoleh penghasilan antara Rp. 300.000,- hingga Rp. 750.000,- per bulan. Rata-rata pendapatan pemilik usaha per bulan adalah Rp2.392.857,14. Sedangkan rata-rata pendapatan per bulan para pekerja tergolong sangat rendah, yaitu Rp.506.250,00.

Bahan baku usaha banyak mengambil dari pemasok (89,3%), beberapa pengusaha lainnya memperoleh langsung dari petani tambak (7,1%) dan nelayan (3,6%). Daerah asal bahan baku antara lain dari Pasar Kobong (79,3%), tambakrejo (6,9%), tambak marina (3,4%), Kebon lama (3,4%), dan Pasar Rejomulyo (6,9%).

Metode produksi yang digunakan kebanyakan adalah dengan menggunakan peralatan tradisional yang sederhana (75,9%). Hanya terdapat sedikit pelaku usaha yang metode produksinya menggunakan mesin atau teknologi tepat guna (6,9%).

Kebanyakan pengusaha tidak merekrut tenaga kerja dari luar, melainkan dari keluarga sendiri. Paling jauh tenaga kerja yang direkrut adalah dari tetangga dekat. Tenaga kerja yang biasa digunakan adalah dari keluarga atau tetangga sendiri, itupun jumlahnya hanya 31% (9 unit usaha) dari seluruh pelaku usaha yang ada.

Kendala usaha yang paling banyak dihadapi adalah kendala bahan baku (44,4%), kendala permodalan usaha (20%), kendala pemasaran (15,6%), kendala tenaga kerja (2,2%), kendala transportasi (2,2%), kendala peralatan (8,9%) dan kendala bahan bakar minyak yang mahal dan sulit diperoleh (6,7%).

Rata-rata skor kecakapan pribadi wirausahawan pengasapan ikan adalah 3,57. Ini menunjukkan bahwa para pengusaha memiliki kecakapan pribadi yang cukup baik. Rata-rata skor variabel kesadaran diri wirausahawan adalah 3,68. Ini menunjukkan bahwa para pengusaha memiliki kesadaran diri yang baik. Rata-rata skor variabel Pengaturan Diri wirausahawan adalah 3,50. Ini menunjukkan bahwa para pengusaha pengasapan ikan di Krobakan memiliki kemampuan yang cukup baik dalam melakukan pengendalian diri, memiliki kejujuran dan tanggung jawab, mampu beradaptasi dengan lingkungan, dan memiliki keterbukaan terhadap gagasan atau ide-ide baru. Rata-rata skor faktor motivasi adalah 3,56. Ini menunjukkan bahwa para pengusaha pengasapan ikan di Krobakan memiliki motivasi yang cukup tinggi untuk mengembangkan usahanya. Mereka umumnya memiliki dorongan yang cukup kuat untuk memajukan usahanya dan semangat usaha yang tinggi.

Rata-rata skor kecakapan sosial adalah 3,38. Ini berarti mereka memiliki kecakapan sosial (empati dan ketrampilan sosial) yang cukup baik. Rata-rata skor variabel empati yang dimiliki oleh para wirausaha adalah 3,66. Ini berarti mereka memiliki kemampuan yang cukup baik dalam memahami kebutuhan orang lain.

Rata-rata skor variabel ketrampilan sosial yang dimiliki oleh para wirausaha adalah 3,20. Ini berarti mereka memiliki kemampuan yang cukup baik dalam meyakinkan orang lain, mampu komunikasi dengan cukup baik, mampu memulai dan mengelola perubahan, mampu mengatasi perbedaan pendapat, dan dapat bekerja sama dengan orang lain.

Tingkat keberhasilan usaha tergolong cukup baik dengan skor rata-rata 3,28. Tren penjualan menunjukkan kondisi yang stabil dan sedikit mengalami peningkatan. Terdapat 17,2% diantara pelaku usaha yang mengemukakan bahwa kondisi pasar saat ini cukup lesu dan tren penjualan mereka mengalami sedikit penurunan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Kondisi serupa terjadi juga pada tingkat pertumbuhan pasar dan pertumbuhan tenaga kerja. Tingkat pertumbuhan pasar yang kurang bisa berkembang secara signifikan menyebabkan jumlah tenaga kerja yang dilibatkan dalam usaha saat ini juga cenderung tidak berubah dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

Hasil analisis regresi linear berganda terhadap variabel bebas yang meliputi Kecakapan Pribadi dan Kecakapan Sosial terhadap variabel Keberhasilan Usaha diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 16,643. Nilai F_{hitung} (16,643) lebih besar dibandingkan dengan nilai F_{tabel} (2,59) atau berada dalam daerah penolakan H_0 . Dengan demikian H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kecakapan Pribadi (X_1) dan Kecakapan Sosial (X_2) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Keberhasilan Usaha.

Nilai t_{hitung} variabel Kecakapan Pribadi (X_1) dari hasil analisis regresi linear sederhana adalah sebesar 2,990 sedangkan nilai t_{tabel} adalah sebesar $\pm 2,052$. Karena nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} atau berada di daerah penolakan H_0 , maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat disimpulkan bahwa variabel Kecakapan Pribadi (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keberhasilan Usaha.

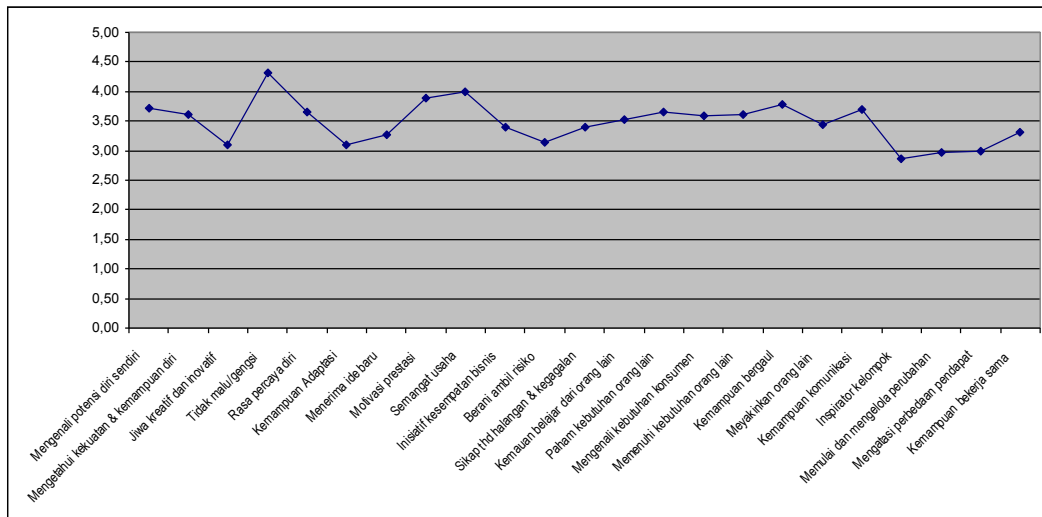
Nilai t_{hitung} variabel Kecakapan Sosial (X_2) dari hasil analisis regresi linear sederhana adalah sebesar 5,878, sedangkan nilai t_{tabel} adalah sebesar $\pm 2,052$. Karena nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} atau berada di daerah penolakan H_0 , maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat disimpulkan bahwa variabel Kecakapan Sosial (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keberhasilan Usaha.

Koefisien beta variabel Kecakapan Pribadi (X_1) adalah 0,499, sedangkan koefisien beta variabel Kecakapan Sosial (X_2) adalah 0,749. Koefisien variabel Kecakapan Sosial merupakan yang terbesar, sehingga variabel Kecakapan Sosial merupakan variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap variabel tingkat keberhasilan usaha.

PEMBAHASAN

Nilai-nilai kewirausahaan para pelaku Usaha pengasapan ikan di Krobokan Kecamatan Semarang Barat Kota Semarang ditunjukkan dalam gambar 2.

**Gambar 2 Karakteristik Nilai-nilai Kewirausahaan
Pelaku Usaha pengasapan ikan
Di Krobokan Kecamatan Semarang Barat Kota Semarang**



Sumber: Hasil analisis data, diolah.

Indikator pandangan terhadap harga diri dan semangat kerja merupakan indikator yang menempati posisi tertinggi dari seluruh indikator sikap para pelaku usaha pengasapan ikan di Krobokan. Rata-rata skor indikator pandangan terhadap harga diri adalah sebesar 4,31. Sedangkan Rata-rata skor indikator semangat kerja adalah 4,00. Ini menunjukkan bahwa mereka memiliki pandangan terhadap harga diri yang positif, tidak malu atau gengsi menjalankan usaha, dan memiliki semangat yang kuat. Indikator lainnya yang memiliki skor yang baik adalah motivasi prestasi, yaitu 3,90.

Beberapa faktor nilai-nilai kewirausahaan yang dinilai kurang dari para pelaku usaha pengasapan ikan adalah kemampuan mereka untuk memberi inspirasi bagi kelompok. Ini menunjukkan bahwa rata-rata mereka kurang memiliki jiwa kepemimpinan. Mereka rata-rata juga tidak mau memulai melakukan perubahan dalam usahanya serta kesulitan mengelola perubahan yang dilakukan. Adanya perbedaan pendapat antara anggota kelompok usaha juga seringkali sulit mereka atasi sehingga berakibat keluarnya beberapa anggota dari kelompok.

Kinerja usaha para pelaku usaha pengasapan ikan di Krobokan selama tahun 2008 dapat dikatakan stabil dengan kecenderungan meningkat meski kurang signifikan. Tren penjualan cenderung mengalami peningkatan meskipun pasar yang dilayani adalah tetap. Dalam hal pertumbuhan pasar, belum ada upaya-upaya yang baik dalam memperluas cakupan pasar ke luar wilayah Kota Semarang. Demikian juga dengan pertumbuhan tenaga kerja juga tidak ada penambahan yang berarti.

Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Keberhasilan Usaha

Faktor pendukung dan penghambat perkembangan usaha masing-masing cukup besar. Selain dari faktor kecakapan pribadi dan kecakapan sosial yang berada pada skala sedang, perubahan-perubahan selera pasar juga mengancam kelangsungan usaha mereka karena minimnya permodalan dan peralatan produksi yang masih tradisional. Inovasi terhadap produk juga tergolong rendah karena produksi ikan olahan yang dihasilkan cenderung tetap.

Gejala tersebut di atas banyak disebabkan karena para pelaku usaha jarang melakukan perubahan-perubahan karena rasa takut terhadap risiko gagal yang mungkin dihadapi. Tidak ada perubahan yang berarti dari tahun ke tahun dalam usaha mereka.

Para pelaku usaha pengasapan ikan juga memiliki keterbatasan dalam kerjasama kelompok. Belum terdapat sosok *leader* yang dapat memberi inspirasi bagi kelompok. Adanya perbedaan pendapat antar anggota kelompok justru seringkali membuat para pelaku usaha terpecah belah. Apalagi hanya terdapat beberapa orang yang memiliki akses ke pemasok, sehingga persaingan menjadi tidak sehat.

Faktor penghambat keberhasilan usaha lainnya adalah kendala bahan baku (44,4%), kendala permodalan usaha (20%), kendala pemasaran (15,6%), kendala tenaga kerja (2,2%), kendala transportasi (2,2%), kendala peralatan (8,9%) dan kendala bahan bakar minyak yang mahal dan sulit diperoleh (6,7%).

Tidak terdapat pelaku usaha yang mengemukakan adanya kendala dalam hal manajemen. Pentingnya fungsi manajemen menurut pendekatan manajemen modern nampaknya kurang disadari. Pengelolaan usaha kebanyakan dilakukan secara tradisional. Tidak ada pemisahan keuangan usaha dengan keuangan keluarga ataupun administrasi keuangan yang sistematis sehingga menyebabkan rendahnya akses mereka ke lembaga-lembaga keuangan/permodalan, misalnya perbankan.

Para pelaku-pelaku usaha yang mampu berkembang rata-rata menunjukkan kecakapan pribadi dan kecakapan sosial yang baik. Mereka mampu menyadari kemampuannya sendiri, mampu mengelola emosi secara baik, memiliki motivasi dan semangat kerja yang tinggi, menjunjung tinggi kejujuran dan tanggung jawab, mau belajar dari pihak lain yang lebih maju, memiliki sikap yang positif terhadap kebutuhan orang lain, dan mampu bekerjasama dan menjalin hubungan dengan pihak lain.

Pengaruh Variabel Kecakapan Pribadi dan kecakapan Sosial terhadap Keberhasilan Usaha

Variabel Kecakapan Pribadi dan kecakapan Sosial, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap tingkat keberhasilan usaha dengan koefisien determinasi sebesar 0,561. Ini berarti bahwa seluruh variabel bebas tersebut di atas berkontribusi sebesar 56,1% terhadap tingkat keberhasilan usaha. Sedangkan sebesar 43,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model, misalnya struktur industri, strategi bisnis maupun variabel-variabel lainnya.

Sedangkan secara sendiri-sendiri (parsial), baik variabel Kecakapan Pribadi maupun kecakapan Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat keberhasilan usaha.

Jika dianalisis lebih lanjut, temuan ini dapat dihubungkan dengan pendapat Steinhoff & Burgess (1993) yang menyatakan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah mampu membangun hubungan dengan pelanggan, tenaga kerja, pemasok, dan sebagainya. Para pengusaha ikan di Krobakan jika dilihat dari variabel kesadaran diri, pengaturan diri, dan motivasi relatif homogen. Mereka umumnya kurang memiliki jiwa kreatif dan inovatif, pandangan yang positif terhadap harga diri, menjunjung tinggi kejujuran, kemampuan adaptasi cukup rendah, kurang berani ambil risiko, semangat usaha yang tinggi, dan mau belajar dari orang lain. Penelitian ini menemukan bahwa faktor kemampuan membangun hubungan dengan pelanggan, tenaga kerja, pemasok, dan sebagainya menjadi faktor penentu bagi keberhasilan usaha.

Temuan penelitian ini membuktikan bahwa keberhasilan menjadi wirausaha sangat berkaitan erat dengan kecerdasan dan kecakapan emosi seseorang. Untuk menjadi wirausaha sukses diperlukan kecerdasan interpersonal (kecakapan sosial). Beberapa pelaku usaha pengasapan ikan di Krobakan yang tidak memiliki kecakapan

sosial kebanyakan gagal dalam menjalin hubungan dengan pemasok, pengecer dan konsumen. Hal ini berakibat pada pasokan bahan baku ikan yang menggantungkan diri pada pesaing yang memiliki jaringan dengan pemasok. Selain itu pasar yang dilayani tidak dapat berkembang sesuai dengan yang diharapkan. Meskipun jika dilihat dari faktor kesadaran diri, pengaturan diri dan motivasinya tergolong baik, namun kurangnya ketrampilan sosial membuat mereka kurang berhasil dalam mengatasi kendala bahan baku dan pengembangan pasar.

PENUTUP

Berdasarkan pada hasil penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: (a) Para pelaku usaha pengasapan ikan di Krobokan memiliki tingkat kesadaran diri dan pengaturan diri yang baik, motivasi yang cukup tinggi untuk mengembangkan usahanya, rasa empati yang cukup baik, dan ketrampilan sosial yang cukup baik; (b) Tingkat keberhasilan usaha tergolong cukup baik yang ditunjukkan dengan tren penjualan yang stabil dan sedikit mengalami peningkatan; (c) Variabel Kecakapan Pribadi dan Kecakapan sosial secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Keberhasilan Usaha; (d) Variabel kecakapan sosial berpengaruh signifikan terhadap tingkat keberhasilan usaha; (e) variabel ketrampilan sosial berpengaruh dominan terhadap keberhasilan usaha.

Saran yang dapat diajukan berdasarkan kesimpulan adalah: (a) Pembentukan sinergi melalui kerjasama antar kelompok usaha; (b) Penguatan Modal Usaha; (c) Peningkatan Kemampuan Metode Produksi, Inovasi Produk dan Pemasaran; dan (d) Pelatihan Manajerial.

DAFTAR RUJUKAN

- Blankson, Charles and David Stokes. (2002). "Marketing Practices in the UK Small Business Sector". *Marketing Intelligence & Planning*, 20(1), pp. 49-61.
- Harefa, Andrias. (2007, Diakses tanggal 15 Pebruari 2007). "Inovasi-Kewirausahaan: Kecerdasan Emosi Wirausaha". (www.pembelajar.com.)
- Hitt, Michael A., R. Duane Ireland, dan Robert E. Hoskisson. (2001). *Manajemen Strategis: Daya Saing & Globalisasi. Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hitt, Michael A., R. Duane Ireland, dan Robert E. Hoskisson. (2001). *Manajemen Strategis: Daya Saing & Globalisasi. Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hunger, J. David & Thomas L. Wheelen. (2003). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hyland, Paul, Robert Mellor, Terry Sloan, dan Eddie O'mara. (2000). "Learning Strategies and CI: Lesson From Several Small To Medium Australian Manufacturers". *Integrated Manufacturing System*. Vol 11, No. 6, pp. 428-436.
- Priyono, Bambang Suko. (2003, diakses 4 April 2008). "Analisis Pengaruh Kesesuaian Hubungan Strategi, Struktur Dan Sistem Karir Pada Kinerja

-
- Perusahaan Manufaktur”. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*. (<http://id-jurnal.blogspot.com/2008/04/analisis-pengaruh-kesesuaian-hubungan.html>).
- Steinoff, Dan. & John F. Burgess. (1993). *Small Business Management Fundamentals*. New York-USA. McGraw-Hill, Inc.
- Sugidarma, I Putu. (2004). “Analisis Tipe Strategi Industri Kecil Dan Menengah Di Kawasan Sarbagita Bali”. *Thesis*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Sule, Ernie Tisnawati & Asep Mulyana. (2006, diakses 4 April 2008). “Kewirausahaan”. (www.pembelajar.com).
- Smeru. (2003). *Buku I: Peta Upaya Penguatan Usaha Mikro/Kecil di Tingkat Pusat Tahun 1997-2003*. Jakarta: Smeru.
- Smeru. (2003). *Buku II: Laporan Lapangan Keberadaan Upaya Penguatan Usaha Mikro di Enam Kabupaten/Kota*. Jakarta: Smeru.
- _____. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil*.
- _____. (2007, diakses tanggal 19 Maret 2007). “Kewirausahaan Kolaboratif”. (<http://www.swa.co.id/>).